

マルヨシ通信 No. 56



Tel:048-970-0021

スターバックス店が芸術作品？

スターバックスジャパンは、1996年に銀座に第1号店をオープン以来、現在は全国で1500近い店舗を展開しています。特筆すべきは伝統的目つ文化的な地域にある店舗は、店のデザインが地元の伝統、文化と調和し素晴らしい芸術作品になっていることです。貴方はどのスターバックスに行ってみたいですか？



神戸北野地区にあるこの建物は「北野異人館」と呼ばれ、登録有形文化財に指定されています。阪神大震災で損傷し解体予定となっていました。がスターバックスが買い取り再生しました



2018年3月にオープンした川越の鐘つき通りにあるお店です。木目格子柄の2階と瓦屋根は「小江戸」と呼ばれる川越の美しい町並みに見事に溶け込んでいます



青森の弘前公園の向かいに2015年にオープンした店です。大正時代に師団長官舎として建てられ有形文化財として登録された大きな建物です



出雲大社にある店で綺麗な木製の格子窓を2階正面に配しています。伝統的な神道を連想させる切妻屋根のすっきりとしたデザインが周りの風景と良く調和しています



京都三条の店舗は鴨川を見下ろす「納涼床」と呼ばれる伝統的テックが自慢です。下を流れる鴨川のせせらぎが情緒豊かにお客様を涼ませます。納涼床の営業は残念ながら夏だけとなります



京都の歴史的な二年坂地区の東に立地する店です。築100年の日本家屋を改築して2017年にオープンしました。世界のスターバの中で初めて畳の座席になっています



富山県の環水公園にある店舗です。ガラス張りのデザインは、スターバックスの2008年ストアデザインアワードを受賞し、世界で最も美しいスターバックスと呼ばれるようになりました



新国立競技場の設計者、隈研吾氏によって設計された福岡の太宰府天満宮店です。2千を超える木製杉を伝統的な木組み木工技術で格子構造に織り込んでいます

中国4千年の歴史の中で最高級のグルメと言われた満漢全席を凌駕するグルメ料理の数々を36名の社員が1年間にわたりご紹介致します

私の美味礼讃

おおひら みどり
大平 翠 (賃貸管理部管理課)

私が今回紹介するのは、中目黒の「彩」(さい)という居酒屋の「骨付き豪快揚げ」です。お店は駅前通りから外れた閑静な場所にあり一ヶ月に一度のペースで2年ほど通っています。大きな桝からはみ出るくらいの竜田揚げ風味の唐揚げで名前に恥じない豪快さで卓に運ばれます。

この唐揚げを私が紹介した理由は、なんといってもそのボリュームと美味しさです。骨付きの厳選された鳥も肉を使っており、シューシーで噛むと油が手に染み出てきてペーパー必須です。味はあっさりとした塩味でしつこくなく不思議なくらいバクバク食べられます。初めてこの唐揚げを注文した方は、絶対に写真を構撮るようで、毎回お店に行くと写真を構えている人に出くわします。日本唐揚げグランプリで四度の金賞の実績を誇っています。店長が市場から選んでくる日替わりの日本酒もこの唐揚げにとても合うので唐揚げだけでなく店長のお勧めの日本酒を注文してみてください



たけだ かずまき
竹田 和正 (賃貸管理部経理課)

私の好きな食物は二郎ラーメンです。二郎は三田に本店があり大学時代は校舎から徒歩1分の事もあり週3で通っていました。最近越谷にも二郎ラーメンがオープンし、現在は週2で通っています。二郎ラーメンはどこでも行列ができるほど人気ですが越谷二郎は三田に匹敵するレベルのラーメンが出てくるので嬉しいです。池袋や新宿にも二郎はありますが越谷二郎はチャーシューが他店に比べかなりの厚く、三田本店に比べても引けを取りません。二郎は回転が早く外に長い行列ができていても実際に並んでみると意外と早く順番が回ってくるので諦めないで下さい。トッピングは無料で野菜、にんにく、油、辛目を追加できます。一般的なラーメン屋と比べるとかなり多い量の麺が出てくるので完食に自信のない方は麺の量を少なめか半分で頼むと良いでしょう。新宿など女性の多い店は麺少なめのお客様が多いようです。是非、二郎へ足を運んでみて下さい。



かんばら りつこ
神原 里都子 (アセットマネジメント事業部)

私が提案したいグルメは、メキシカンです。とうもろこしの粉を使って焼いたトルティーヤという柔らかい生地で具を包んだタコスのご紹介をしたいと思います。中に包む具はレタスやトマトなどの野菜とハーブ、ひき肉のそぼろのようなタコミートやカットしたステーキ肉、ソーテッドエビ、魚のフライなど様々です。これをサルサソースに浸けたり、具と一緒に包んだりして食べます。サルサソースも数種類あり、代表的なものは赤いトマトと唐辛子のサルサメヒカーナやアボカドを使ったワカモシなどで、パリパリのトルティーヤチップスにディップしても美味しいです。左の写真は上が西葛西駅徒歩2分のエルトリート、下が原宿駅徒歩7分のフォンダ・テ・ラ・マドゥルガータで食事と共にマリアッチの演奏も楽しめます。



空き家率と空室率は似て非なるモノ

似て非なる2つのデータをご覧ください。最初は日本の「**空き家**」率の上昇が続いているというデータです。5年毎の国勢調査結果に基づき総務省が2018年10月時点で総住宅戸数に占める空き家率は**13.6%**（846万戸）と公表しました。

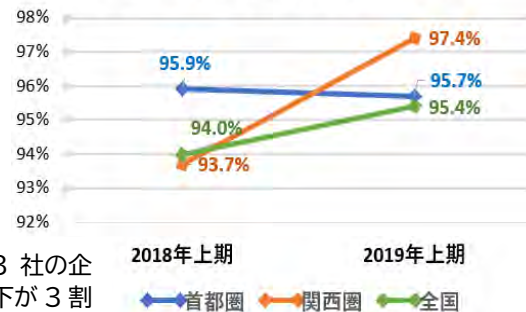


一方、当社も加入している（財）日本賃貸住宅管理協会（日管協）が会員管理会社153社を対象に調査を行った結果、**首都圏の賃貸物件の入居率は95.7%**全国でも**95.4%**という高入居率を維持していることが分かりました。にわか信じられない様な数字ですが、首都圏の賃貸住宅の過去5年間の賃料推移を見ますと下段中央のグラフのように賃料は下がっています。賃料が下がっていないという事は需給バラ

ンスがうまく保てている訳ですから高稼働の入居率になっているという一つの証左になります。不動産仲介業者が現場の肌感覚で共有している空室率はこちらの数字です。



日管協短観（業者153アンケート結果）



そもそも「**空き家**」と「**空室**」とは意味が違います。国の明確な定義はありませんが、NPO法人**空き家・空地管理センター**によれば、**空き家の定義とは「一人が住まなくなつて1年以上経過した住宅」**であり、日管協はもっと簡単に次のように定義しています。

空き家の共同住宅……オーナーに空き家を再利用する気がなくほったらかしの状態。
空室の共同住宅……オーナーに入居者を獲得したいという意向があり、宣伝や修繕など何らかの施策を行っているが未入居の物件。

賃貸住宅を所有していても、空室のままほったらかしにして放置しているオーナー様が意外に多いです。折角所有している不動産を何故活用しないのか勿体ないと思いますが、次のような理由を抱えているいらっしゃる様です。

- ・管理を怠ったために建物が廃墟化している
- ・賃貸住宅を相続したが、築古、駅遠、改築資金なしでうまく経営できない
- ・賃貸住宅を相続したが、経営に興味がなく売却にかけているが築古物件で反響なし
- ・工場や大学の撤退で途端に経営難に陥った

「**空き家**」と「**空室**」は似て非なるものです。不動産会社の立場で言いますと処方箋は違いますがいずれも解決出来ます。入居者や投資家は誰もがピカピカの築浅の物件を求めている訳ではありません。高利回りを期待して築古の物件を積極的に購入している投資家もいます。築古でも最新の内装技術の発達により入居者のニーズに合ったりノベーションを行い再生させることも出来ます。是非、我々、不動産会社にご相談下さい。

スターバックス業績好調の秘密



外食産業は25兆円超の非常に大きな市場規模ですが、それだけに栄枯盛衰は激しく昨年は「いきなり！ステーキ」

「鳥貴族」「大戸屋」「幸楽苑」などが急失速していくつかの店舗を閉鎖する事態に追い込まれました。その様な状況の中で創業以来20年間にわたって売上、利益、店舗数ともに常に右肩上がり順調に伸びている企業があります。「スターバックス コーヒー ジャパン株式会社」(以下スタバと略す)です。今号ではスタバの好調の理由を探ってみました。

スタバの業績は驚くべき安定感です。下段右に国内4大コーヒーチェーンの店舗数と売上高の表を掲載しました。売上高についてはスタバが2位以下を大きく引き離して断位の1位です。店舗数もNo.1ですが、2012年6月末の時点では店舗数の第1位はドトールで1,115店舗、第2位がスタバで966店舗でした。その7年後、スタバの店舗数は1.5倍の1,458店舗になり、ドトールは8店舗減らして1,107店舗で大きく明暗が分かれました。

4大コーヒーチェーンの店舗数と売上高

チェーン店名	国内店舗数	事業会社の売上高
スターバックス コーヒー	1458店	1827億円 (2018年10月期)
ドトールコーヒーショップ	1107店	725億円 (2019年3月期)
珈琲所 コメダ珈琲店	835店	303億円 (2019年2月期)
タリーズコーヒー	735店	345億円 (2019年4月期)

(注) 国内店舗数のデータはコメダが2019年2月28日時点、タリーズが同4月30日時点、スターバックスとドトールが同6月30日時点

■ 営業利益は過去最高を更新中—スターバックス コーヒー ジャパンの業績推移—



スタバの直近の決算公告(2019年9月末締め)

項目	金額・店舗数	前年比
売上	2,011億円	110%
当期純利益	185億円	129%
店舗数	1,497店舗	+105店舗

スタバ1店舗当たりの年間平均売上高は1.2億円。1日/店の平均来店客数は600人。ちなみに1,497店舗の8%に相当する120店舗はFC加盟店で1,377店舗が直営店です。



Howard Schultz
ハワードシュルツ
スターバックスコーポレーション元 CEO&創業者。1953年7月生まれ(66歳)。トランプ大統領の政策に異を唱え2020年の大統領選に中道派として立候補する予定だったが背中手術により見送った

歴史的なことも少し触れておきましょう。スターバックスは米国ワシントン州シアトルで1971年に創設されましたが最初はごく普通のコーヒーの焙煎店舗でした。その後、スターバックスを世界的ブランドに押し上げたのが中興の祖ハワード・シュルツです。シュルツは1987年にスターバックスの商標権を買い取った後、イタリア式のエスプレッソを主体にしたコーヒーを店内でのサービスだけでなくテイクアウトも出来るようにしたところ学生を中心に人気が広がりました。シュルツのコンセプトはThird Place(家庭でもなく職場でもない第3の空間)でした。基本的にはWi-Fiの無制限利用を可能にして好きなだけ滞在できる様にしました。自宅に居るような心地よさを提供する為に通常のイスだけでなく大きなソファや落ち着いた照明などインテリアにも凝りました。今号の一面でご紹介したように、スターバックスの店舗には実に様々なデザインのものがあります。米国西海岸の自由闊達な空気を感じさせる実に巧みな演出です。

スタバは何故人気があるのか？

理由① 安定した高品質コーヒー



スタバの原点は、厳選されたアラビカ種のコーヒー豆です。カップに注いだ時、香りや酸味、コク、風味が最高のものになるように、40年もの経験と技術を持った職人がローストしています。更に「カップピング」といわれる厳しい風味テストを繰り返し、その回数は年間25万カップ以上と言われています。「スタバに行けばいつでも美味しいコーヒーが飲める」という信頼がスターバックスの人気を支えています。安定した高品質のコーヒーを提供するために前段で紹介した4大コーヒーチェーンの店舗数のうち、**スタバだけが直営店比率9割以上**を維持しています。ちなみにコマダは9割以上がFCC（フロンチャイスイチェーン）となっています。FCC店が良くないという訳ではなくスタバは直営店の強みを生かしコストと時間をかけてコーヒーの知識や抽出・提供技術の高い従業員を自社で育成しています。全ての店の品質とサービスに十分な目配り、気配りをしているという事です。

理由② オシャレ感

従来、喫茶店と言えば民家のようなドアを開

けて薄暗い部屋にテーブルとイスがあり、密談や一人での暇つぶしの為には良かったかも知れませんが少なくとも開放的ではありませんでした。スタバは真逆です。外から店内が見えるガラス張りオープンテラスが併設されている店が多いです。全席禁煙、洋風な内装などが目指す内装や雰囲気はドラマや映画に出てきそうな**ヨーロッパ風のカフェ**です。内装の色使いは薄茶色など落ち着いたシックなアースカラーをベースにしています。知的な雰囲気も醸し出します。スタバ利用客はコーヒー代だけでなく「オシャレ代」や「ステータス代」を払っていると言っても過言ではありません。このオシャレ感を作り出したことにより喫茶店と言えばサラリーマン男性のイメージが強かったですが、スタバは見事に女性も気軽に一人で入れる新しい需要を生み出しました。スタバブランドの確立には箱だけでなくそこに入入りする顧客の品格や雰囲気も重要な要素だったという事です。

理由③ 期間限定商品

スタバは季節ごとに限定商品を出しています。特に**フラパチーノ**というスイーツは価格が600円〜750円と安くはないですが、一つの期間で20〜30種類提供されツイッターやインスタ

グラムというSNS上で顧客同士が密接な交流を行っています。スタバは有料広告などしなくても根強いファンが勝手に宣伝してくれるという訳です。宣伝をしてくれるだけでなく熱心で味覚センスに優れたファンの一言一言が次の商品開発に大いに役立っています。

理由④ 社員はスタッフでなくパートナー

スタバは2014年に当時800人を超える契約社員を正社員に切り替えました。理由は店舗やブランドの価値が単にコーヒーの品質だけでなく、スタッフのコミュニケーション能力やサービスの質も含むものと考え、コスト増のリスクを負ってでも人材教育に力を入れようと考えたからです。スタバではスタッフという呼称は使いません。共通の高い目標に向かって一緒に歩んで行こうとする意味から「**パートナー**」と呼んでいます。スタバでは接客マニュアルは存在しません。パートナー一人ひとりが独立店舗のオーナーのように自分で考え、行動しなさいと教育されているからです。

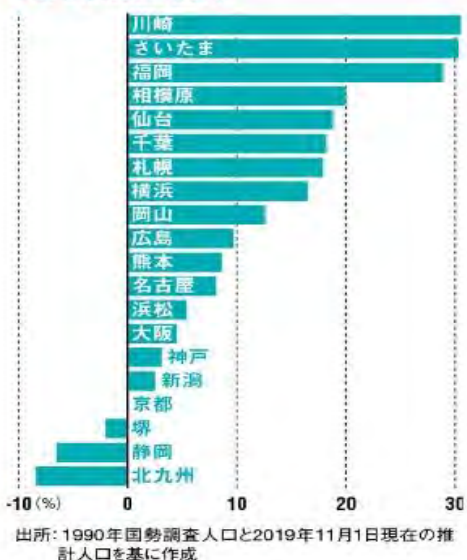


工場と風俗の街だった「川崎」が変貌

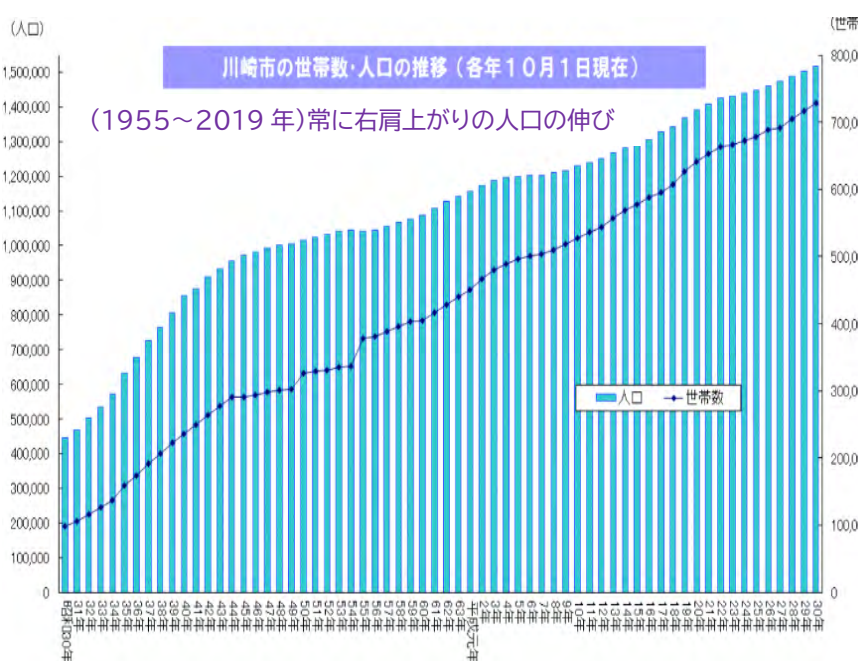
その昔、川崎と言えば京浜工業地帯の中核都市で公害の街という印象が強くなりました。更に首都圏では吉原（台東区）に次ぐ堀之内を有する「風俗の街」という代名詞もありました。今でも居酒屋や風俗店が立ち並び昭和の空気は残していますが、時代の変遷と共に新しい近代的な高層マンションや商業施設が姿を現し、急ピッチで変貌しています。

左のグラフをご覧ください。日本に20ある政令指定都市の過去20年間（1990～2019）の人口増減率を比べたモノです。20年間の増減率で見ると川崎市は30%超の増加率を記録し1位になっています。実数で言うと153万人（2019年12月）で横浜、大阪、名古屋、札幌、福岡に次ぐ6位に浮上しました。

●政令市の人口増減率



戦後、重化学工業都市の川崎には日本鋼管、富士紡績、東芝、富士通、NECなど日本を代表する多くの企業が工場を構えておりました。その後海外や他県への製造工場のシフトが行われ川崎は行政の旗振りもあってメカトロポリス（研究開発都市）あるいはゼロエミッション（廃棄物ゼロ）都市に変わって来ました。然し、都市のイメージを変えるのは簡単ではありません。それを後押ししたのが若い共働



川崎・堀之内地区(江戸時代は花街)

■羽田連絡道路は川崎市の再開発地区と羽田空港を結ぶ



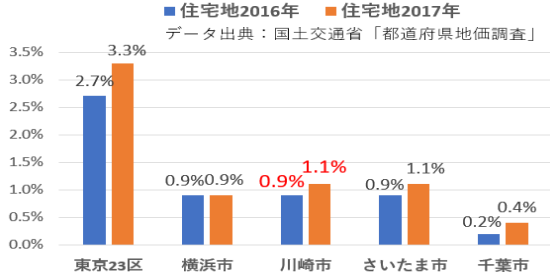
(資料: 川崎市)

き世帯だと言われています。堀之内・宮本町エリアは昔から風俗店も立ち並び「とても暮らすような街ではない」とマンション開発業者も考えていました。JR川崎駅から徒歩5分くらいの利便性だけが「売り」でした。今、このエリアはちょっとした人気タウンに急ピッチで変貌しています。子育てと仕事の両立を求められる若い世帯が交通の利便性と価格優位性を評価し、移り始めて来たからです。JR川崎駅あるいは京急川崎駅から品川までは僅か10分です。2027年に品川駅はリニア新幹線の発着駅になります。陸の交通だけではありません。2020年9月末には多摩川を横断する羽田連絡橋（870m・左図参照）が完成し、従来は車で20分かかっていた川崎⇄羽田空港間は数分で結ばれます。更に、2020年3月末より羽田は発着便数も増えるので地方や海外への移動が非常に便利になります。

23区と首都圏新築マンション平均価格



住宅地平均地価（基準地価の前年比）

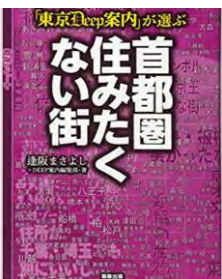


川崎が人気スポットになったもう一つの要因は首都圏のマンション価格がうなぎ上りになっていて高留まりしている実情もあります。不動産経済研究所（東京・新宿）によれば23区の新築マンションの平均価格は2013年に5,800万円でしたが昨年末には7,300万円近くまで上昇しています。

一方、川崎駅から徒歩10分以内の南部地区の新築マンションの購入坪単価は約220万円です。賃貸の場合は1DKのマンションの賃料が8〜9万円でも品川の6〜7掛けです。若い世帯が気に掛けるコストパフォーマンス（費用対効果）において川崎はちょっとした穴場になっています。



川崎駅周辺の商業施設（既存+計画）の開発も凄まじい勢いです。駅周辺にこれだけの商業施設が立地していれば、買い物目的だけで都心の銀座や横浜に行く必要がなくなります。多くの店舗が集積することにより価格競争力や品ぞろえで満足行くものが買える状況になります。商業施設だけでなくJR東日本は川崎駅西口にオフィス2棟とホテル1棟の複合ビル14万㎡を2021年春開業予定で建設工事に入っており、川崎駅周辺の開発は加速度的に進んでいます。このような大型施設の建設を可能にしたのは東芝、富士通、NEC等の大工場の撤退や規模縮小により広い面積の土地が芳せずして手に入ったからです。



不動産・住宅情報サイト「HOME'S」が2015年に発表した『買って住みたい街』『借りて住みたい街』

川崎のポジティブな情報だけを述べて参りましたが、ネガティブ要素も調べました。「首都圏住みたい街」という本があります。著者の逢坂まさよし氏が45路線718駅に足を運び独自の視点で住みたくない街のランキング表を作ったものです。結果として川崎は八潮（千葉県）に次いで住みたくない街の第二位にランクされています。第三位には西川口が入っています。理由は駅周辺に風俗店、ドヤ街、競輪競馬のギャンブル施設があの負のイメージが残っている点です。街は益々巨大になります。汚名回復には未だ時間がかかりそうです。

買って住みたい街ベスト10

順位	駅名	路線名	首都圏	順位	駅名	路線名
1	吉祥寺	JR中央線	首都圏	1	池袋	JR山手線
2	横浜	JR京浜東北		2	武蔵小杉	東急東横線
3	武蔵小杉	東急東横線		3	吉祥寺	JR中央線
4	中目黒	東急東横線		4	高円寺	JR中央線
4	川越	JR川越線		5	三軒茶屋	田園都市線
6	品川	JR山手線		6	川崎	JR京浜東北
7	新宿	JR山手線		7	荻窪	JR中央線
8	中野	JR中央線		8	中野	JR中央線
9	自由が丘	東急東横線		9	葛西	東西線
10	川崎	JR京浜東北		10	大井町	JR京浜東北

300万円の国産ウイスキー



サントリーは先月末シングルモルトウイスキー「山崎55」を100本限定で販

売すると発表しました。驚愕のその価格は1本300万円。サントリーが過去に販売したウイスキーでは最高額です。サントリーはインターネットに特設サイトを設けて抽選で販売します。抽選販売をするという事は1本300万円でも売れ残る心配は皆無という事です。それもそのはずでサントリーは2011年に山崎50のシングルモルトを150本限定100万円で販売しましたが、2018年に香港のザビーズで行われたオークションで3,250万円の高値が付いて売れた実績があります。シングルモルトというのはブレンドしていない一つの原酒単体を35年とか50年の熟成期間に分けて詰めたもので熟成期間や熟成樽による個別の風味の違いを味わう事が出来、希少価値が高い原酒です。ビールなどの蒸留酒は足りなくなったら製造してすべし出荷出来ず。

一方、ウイスキーの場合には原酒を熟成させてやっと出荷出来るようになりませんが最低でも3年はかかります。山崎蒸留所は京都の南西にある天王山の麓にあり本場スコットランドの権威からもウイスキーに最適な水と太鼓判を押されています。山崎に蒸留所を設けた理由は千利久が茶をたてるのに使った名水が山崎の水だったからという言い伝えもあります。



山崎蒸留所は天下分け目の天王山に立地

日本のウイスキーに世界の注目と驚きが集まったのは2001年英国の専門誌「ウイスキーマガジン」が世界47のウイスキーを集めて62名の専門家による評価を行った結果、サントリーの「余市10年」が1位「響21年」が2位とトップを独占したことからです。その後、2019年迄に国際的権威の賞を23回も受賞し評価と名声はうなぎ上りに上がって来ました。輸出額は10年間で9倍に増え品薄状態が続いています。

「山崎」や「響」のシングルモルトが味わえたらその年の幸せが一度に全部やって来たと言っても過言ではありません。最後の一滴まで飲み干して下さい

今後の勉強会の開催予定

場所：「越谷市民活動支援センター」全会共通
越谷駅東口徒歩1分ツインシティB棟5階

予約制です

日時：2020年3月8日(日) 14:00~16:00

題目：相続勉強会 第6期生 ⑥回目

「相続発生後の対策」

相続発生前に準備してなくても諦めないで下さい!

講師：当社代表取締役・上級相続コーディネーター 小山哲央

日時：2020年5月10日(日) 14:00~16:00

題目：相続勉強会 第7期生 ①回目

「相続と遺言の基礎知識」

新たに7期生向け開講。常に新鮮な話題を提供します

講師：当社代表取締役・上級相続コーディネーター 小山哲央

日時：2020年4月5日(日) 14:00~16:00

題目：相続勉強会 第6期生 ⑦回目

「家族信託」

認知症対策並びに確実な財産の承継なら家族信託

講師：当社代表取締役・上級相続コーディネーター 小山哲央

当勉強会はどなたでも無料でご参加頂けます。参加を希望される方はお席と資料の確保の為に下記の電話番号又はメールにご予約願います

Tel 048-970-0021 又は
seminar@0021.to (お名前、住所、
お電話番号、ご参加講座名をお教え下さい)

弊社管理物件
入居率
96.97%
2,184戸
2020.2.1 現在